智媒时代电视主播面临的挑战与对策

摘　要：2019 年 6 月 6 日，5G 正式商用，基于 5G 技术，数字建设迈入全新阶段，为媒体融合注活赋能，智媒体再度深化，智媒时代或将全面开启。2016 年，网络直播破电视主播主导格局，“主播”不再专属，短视频助推出“现象级”作品，重刷“主播”认知。2018 年，AI 主播陆续上岗，再度冲刷电视主播，解构电视主播形象。在智媒时代下，电视主播或将重构，如何在这“万山圈子里”成功突围，还须直面挑战，积极应对，以“四力”砺自身、以“四度”塑新闻、把关内容、强化传播、弘播新时代价值正能量，力扬中国形象。

关键词：智媒时代；电视主播；AI 主播；挑战；对策

中图分类号：G219.2　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2019）09-102-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.09.029

文 / 徐德兴

引言

时下，智媒时代，需何种人才、有何种要求、期何种结果，中央广播电视总台有所回应——需要能把控全局、可直播互动、会技术应用、有人格魅力的新标准复合型人才；要求明业务、履职责、担使命，更在乎受众感受，主动回应时代需求；着重深化“四力”教育实践，全方位锻造主播脚力、眼力、脑力、笔力，期待为主流文化注活水、赋新能，传播有价值时代音符。智媒时代下，电视主播如何有效破题，成功转型，要求紧跟时代步伐，直面网络主播冲击、现象级短视频围堵、AI 主播施压等挑战，快调整，活应对，突出艺术个性，塑造人格魅力，走出演播室，走到大众前，作有态度、温度、深度、力度“四度”新闻，以此辐射八方，力传中国声音。

1. 智媒时代电视主播所面临挑战

1.1 网络直播破主格局

《中国网络直播行业景气指数及短视频报告》（简称《报告》）于 2019 年 7 月，由中国信息通信研究院政策与经济研究所联合网宿科技发布，《报告》显示，我国网络直播行业 2018 年下半年依旧稳步上升，截止第四季度，景气指数同比增长 19.5%，达到 441；其中，网络直播带宽指数通次增长 26.1%，攀新高到 391[1]。网络直播已然破除电视主播主导格局，建立“人人皆可直播”互联网直播新生态，单向信息接收“定法”过渡到双向实时互动“活式”，话题讨论随时发起，弹幕发言、刷送礼物、有奖问答、连线 PK 等互动方式更为多元、更加娱乐，受众想法、需求更为直接，传播更快捷更有效。或做主播，或参与直播，人人都能在网络中找到存在感。

1.2 短视频造现象产品

《报告》中，截止 12 月，短视频总计带宽同比增长超过 250%，短视频行业爆发式增长趋势明显。时下社会，时间日趋碎片化，网移动端快手、抖音等短视频 APP 聚焦用户痛点，顺势兴起，以 15s、30s 演示，短小精悍内容，“竖屏 + 信息流”形式，沉浸式观赏体验，推送兴趣相关内容，轻松俘获大批用户，成就现象级短视频 APP，甚至抖音海外版 TikTok 已然渗入 150 个国家，涉及 75 个语种，在 40 多个国家和地区排在应用商店总榜前列。截止 2018 年 12 月，用户规模达到 6.48 亿，网民使用率接近八成，也造就大量网络主播，如 Papi 酱原创视频大都“10W+”，用户更加青睐短视频、博主，而对电视主播关注持续减少，电视主播全方位地受到围追堵截，冲击力度进一步加大[2]。

1.3 AI 主播上岗再施压

2018 年，首个 AI 主播正式上岗，2019 年 1 月，AI 撒贝宁“小撒”亮相春晚，“全球首个 AI 合成女主播”“新小萌”由新华社推出，两会期间，中央广播电视总台记者助理“小白”也被聚焦。AI 主播陆续推出并广泛应用，在电视主播圈引起热议，掀起“电视主播是否要面临下岗”讨论浪潮。360 度全景相机、VR 摄像机等技术设备与 AR、AI、VR 等新兴技术有效结合，AI 主播在 5G 技术加持下，既能满足视觉感官，又新闻信息生产与播报效率，更能营造出沉浸式视听体验。虽在语调、断句或情感表达上不尽完美，但是对突发事件进行报道时，相较于传统播报，其“5s 一条新闻”优势便凸显，还能够降低出错率，避免播出事故发生，因此，对电视主播再施加不小压力。

2. 智媒时代电视主播应对性对策

2.1 观点独家鲜态度

智媒时代下，新闻在网络更快速度传播，更高程度

共享，已然，新闻没有独家，而观点却可以，以独家观点鲜活态度。“时效性”已经不再是新闻“保鲜剂”，“观点”才是新闻传播“引爆器”，第一时间“亮”出鲜明观点触动受众比第一时间报道传递信息重要的多，其中至关重要的一环就是将编辑、评论员有理、有据、有力的点评前置，这要求电视主播具备优秀点评能力，来对复杂、多变的现实状况作出及时、有力度点评，以独到见解引爆受众。爆款微信公众号发布原创文章，观点越是鲜明，态度越是激烈，热点越是有望。但是，有些自媒体为达到“高流量、高转发”，便“语不惊人死不休”，甚至乱作假骗取信任、用反转消解同情，信息纷繁复杂，以致混淆视听，受众更愿意选择相信传统官方媒体，因此，电视主播要以新闻纪律为纪尺、法律道德为准绳，从专业角度，制造独家观点，真实全面解读事态新闻，以此鲜活新闻态度，指导受众，让受众获知情权，从而作出客观、理性判断，并发表有价值言论。

2.2 情感共鸣递温度

在“5G+8K”更为清晰的智媒时代，挑剔的受众对语气、表情变化等细节更为敏感，因此，电视主播应以客观事实为基准，对“好”或“坏”消息，做出真实反应，恰到好处地融入个人情感，与受众情感共振，产生心理共鸣，以此传递情感温度，触动内心。2008 年中国申奥，结果即将宣布，演播室里电视主播等工作人员攥紧双拳，双眼死死地盯着电视屏幕，渴望都快从眼里溢出来，在喊出“北京”那一刻，各地演播室、电视机前观众，无一不欢呼雀跃、振臂呐喊，这一刻内心激动无以言表，举国上下都在欢呼，已然沸腾；又如 2013 年嫦娥三号传来首张月球照片，央视主播语调起伏、情绪激动，内心自豪感由内而发。电视主播要带上热爱、带着情感去播报新闻，只有与受众情绪同频共振，才更为生动、更为真实、更具感染力，才能抵达受众内心深处，递出那份温度，温暖人心。

2.3 思想塑造涵深度

智媒体时代，新闻传播其核心在优质内容，而内容关键在于思想。思想塑造是对职业的热爱与坚守，是对局势的把控与化解，彰显的是电视主播职业素养、道德追求、人格魅力，也涵养着新闻的深度，传达出当今时代人们内心深处对正义与公平的殷切与渴望。2019 年 5 月，CGTV 女主播刘欣与 FOX 女主播翠西（Trish Regan）以中美贸易为议题公开对话，30s 开场白被插话三次，全程都在回答提问，而后，白岩松连线询问，为何全程都在回答问题，而不提问，刘欣表示：可以提问，但选择不提问，因为对方很多民众对中国带有偏见，有不满、甚至误解，若再据理力争、争强好胜、咄咄逼人，就会中国形象就越加负面，这更不利于双方沟通、协商。刘欣俨然成为新时代当红电视主播，其对整体局势的把控与巧妙化解可见一斑，独特人格魅力也深深让人折服。因此，电视主播要善思明辨，塑造深刻思想，涵养价值深度，将自身锻造成“正能量源”，用正能量去影响、带动、感染受众，从而营造风清气正社会氛围。

2.4 风格培养强力度

有独特风格，才具有强辨识度。聚众化，智媒时代主要特征之一，可“百人同台”，但“千人同面”，此时，特有风格尤为重要。电视主播要以智媒时代媒体人新标准要求自己，着重培养自身主持独有风格，明晰既有认知，潜心分析节目，深挖受众需求，以空杯心态求教，做到在节目定位上驾轻就熟，凸显个人新闻播报风格，独树一帜，将节目精品化、高质化，这样传播才更具力度，才能不断拓宽广度。时下最热门“垃圾分类”话题，网友归纳总结出“是干是湿，让猪试吃，一吃便知，猪可以吃的是厨余垃圾，猪吃了会死的是有害垃圾，连猪都不吃的是其他垃圾，而可回收垃圾可以卖了钱买猪”，央视主播朱广权在播报中“段子式”感慨：“猪肯定想说，我为人类付出太多。”所以，电视主播要培养出自身特有风格，让自己成为一面鲜明的旗帜。如此，受众才会记忆尤深，传播力度、广度才会被强化。

结语

想要不被淘汰，就要变得不可替代。在“四力”教育实践下，电视主播要以新时代媒体人高标准要求自己，善思明辨，善抓受众，塑好新闻“四度”——观点独家鲜态度、情感共鸣递力度、思想塑造涵深度、风格培养强力度，力扬中国形象，力传中国声音，参与、见证、记录这个智媒时代、这个伟大复兴时代。媒

参考文献

[1] 孟伟 . 竞合、智媒：2017 新广播新征程 [J]. 中国广播电视学刊，2018（3）：11-17.
[2] 曲洪圆 . 媒介融合视域下主持人传播范式变革 [J]. 传媒论坛，2019（15）：86-87.
[3] 陈瑜 . 当“沙丁鱼”遇到“鲶鱼”——浅谈融媒体时代传统新闻主持人的转型 [J]. 视听，2019（6）：115-116.

（作者单位：广东省清远广播电视台）